电视民生新闻融合传播策略分析

摘　要：新媒体的迅猛崛起打破了传统媒体的三足鼎立模式，开启了新旧媒体分庭抗礼的融合媒介生态环境。在新的传播格局下，驱动媒介融合的技术升级带动了新闻生产方式、信息接收模式、信息传播方式的变革，作为昔日的高收视率节目形态——民生新闻节目，在新的媒介环境下发展陷入泥淖。本文从电视民生新闻的发展理念、内容创新、技术升级、传播渠道建设以及人才队伍建设等方面探讨融合传播环境下电视民生新闻的发展策略，以期为电视民生新闻的发展提供新思路。

关键词：电视民生新闻；新媒体；转型；策略

中图分类号：G210.7　　文献标识码：A

文章编号：1671-0134（2018）01-082-02　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2018.01.030

文 / 吴萧

21 世纪初，中国电视新闻界刮起了一股电视民生新闻的风潮。地方电视台的新闻节目改革走在了卫星频道的前列，江苏电视台城市频道推出的《南京零距离》把镜头锁定在南京老百姓身上，关注老百姓身边发生的趣闻，一时间民生新闻节目开遍了大江南北的地面电视频道，成为地面电视媒体获取收视率的重要电视节目类型。民生新闻的出现契合了观众对新闻节目多样化的需求，这种独特的新闻形式符合国内新闻发展的规律。但在近年来，民生新闻出现了娱乐化、同质化、低俗化等弊病，在媒介融合的媒介生态下发展陷入了瓶颈，转型迫在眉睫。

1. 理念转变层面：转变传统媒体经营理念

2014 年 8 月 18 日，中央全面深化改革领导小组第四次会议审议通过了《关于推动传统媒体和新兴媒体融合发展的指导意见》，指出，“推动媒体融合发展，要将技术建设和内容建设摆在同等重要的位置”，“着力打造一批形态多样、手段先进、具有竞争力的新型主流媒体，建成几家拥有强大实力和传播力、公信力、影响力的新型媒体集团，形成立体多样、融合发展的现代传播体系”。在加快传统媒体向新兴媒体转变的形势下，传统媒体经营理念已经不适用于融媒介的发展环境。在电视新闻民生节目的创作理念上，如果沿袭传统的制作和传播方式，势必会丢失新兴的网络用户。

虽然，电视媒体依然是现在大部分人获取新闻信息的权威渠道，是值得信赖的公众媒体，然而以互联网为沃土生长起来的新媒体让传统电视受众尝到了互动传播、使用场景多元化的甜头，尤其是面对新一代的网络用户，新媒体已成为电视媒体的强势竞争对手。电视媒体必须加快经营理念和生产理念的转型，运用互联网思维来推动媒体的融合发展，从内容制作到运营服务，展开全面媒介创新。

2. 内容生产层面：大胆进行新闻类型创新实践

业内学者关于电视民生新闻的转型，集中在公共新闻（Public Journalism）和大民生新闻的讨论上。公共新闻是上世纪末美国学者斯坦利・巴兰等人提出的“积极地让受众参与报道重要公民事件的新闻实践”，旨在组织和推动公共讨论和复兴公共生活，告诉社会公众如何去应付社会问题，帮助人们积极地寻求解决问题的途径。作为舶来品，公共新闻自发展伊始就被国内的民生新闻盖过了风头，没有可发展之机，只是成为国内新闻界的学术研究热点，而后随着民生新闻发展势头的回落，美国“公共新闻”理论在中国偏向“公民新闻”发展。公共新闻能否成为国内民生新闻的治病良药，还没有被实践验证。

大民生新闻是相对于“小民生”新闻的新闻样式，偏向于反映老百姓普遍性和共性的问题。从单纯的消息类报道转向民生视野解读，既要展示个体事件的来龙去脉，也要深究事件带来的社会性问题，对于公共新闻关于社会问题的公共讨论，社会问题的议题设置有共通之处。面对迥异的政治和公共政策的语境，舶来品公共新闻并不适用于本土移植，存在操作上的困难。对于大民生新闻的尝试具有较高可行性，但要避免国内民生新闻节目的同质化现象，否则很难走出发展怪圈。

3. 渠道升级层面：打造多媒体传播矩阵

“电视媒体触网，是其应对网络冲击、实现传统媒体的新媒体转型的第一步。”利用新型媒介技术积极搭建新媒体传播平台，实现台网资源的整合互融，是电视民生新闻扩大传播覆盖面、提升品牌影响力的重中之重。在新的媒介环境下，电视民生新闻搭乘互联网快车、与新媒体实现互融互动已经成为大势所趋。网络技术变革大大提升了信息生产效率、降低了信息搜索成本，被海量生产和迭代成了互联网时代各类信息的更替规律。这丰富了受众的媒介接近权，为民生新闻节目提供了充足的新闻线索来源。在策划选题时，栏目组可以根据观众偏好在网上搜索热点资讯，发掘优质信息资源，也可以不再只通过传统的电话报料来获取选题信息，可以更多地通过新媒体平台来获取

新闻线索、进行素材整合，提升节目内容多样性，反过来满足观众对资讯的多元化需求。

传统媒体对信息把关严格，拥有更为成熟的内容生产流程和更专业的采编队伍。而在传播时效性、渠道多样性及信息交互性等方面，新媒体都更胜一筹，这恰好弥补了电视新闻的不足。栏目组一方面可以充分利用互联网即时、自由、互动、共享的特点，将民生新闻节目资源上传至网络平台，实现民生新闻的“多屏传播”，为观众提供多元化接触平台；另一方面可以通过新媒体渠道宣传电视节目、收集观众反馈信息，与粉丝进行互动，拓宽民生节目传播渠道，有效地实现传播效果转化，提升节目影响力。

4. 技术升级层面：全面升级新闻生产技术

便携设备和互联网让每个人成为新闻记者和新闻评论家。技术是媒介融合的主要驱动力，同时也促进着新闻生产的聚变。海量的网络新闻信息源让记者足不出户就能知晓天下事，进行新闻专题策划。主流媒体对网络新闻的甄别、过滤显得更为重要。UGC 新闻生产模式被电视媒体认可，传统的电视新闻生产者的身份界定变得模糊。新闻机器人的出现取代了程式化的新闻生产工作，新闻编辑有更多的精力投入到新闻的深度挖掘中来。数据新闻让新闻生产者开始注重技术对新闻类型的创新，电视新闻生产组织在媒介融合中开始积极应对，升级技术短板，建设信息资源数据库、全媒体信息发布系统、“中央厨房”式生产平台等，以积极的姿态推进技术对生产组织的变革。

从技术方面的新闻创新，在近年来涌现出机器人新闻、数据新闻、联合新闻等，其中以数据新闻影响最为突出。数据新闻不是单一的新闻类型，而是涵盖了领先的数据统计工具、新闻生产方法的新闻叙事的总称，可视化是其重要表现形式，数据新闻通过数据挖掘和信息处理技术，在枯燥的数字背后得出新的认知。中央电视台新闻节目《数说命运共同体》共挖掘了超过 1 亿 GB 的数据，采用可视化数据分析软件统计、三维建模软件、后期合成软件完成了 32 组大数据可视化视频，借此分析发现“一带一路”沿线国家 40 多亿百姓间存在的联系。

中央电视台的“中央厨房”融媒体新闻生产流程实际上是构建了全媒体共享的新闻生产平台。所有的新闻素材都可以在数据库中共享，新老媒体的剪辑软件、H5 模版、数据计算软件等也可以共享。这种新闻生产方式和组织构成可以一次采集多渠道发布，通过集约化的内容制作选择多种媒介逐级传播，兼顾了新闻的时效性和深度报道的深刻性。这种新闻生产组织的建设对新闻编辑有高层次的要求，需要熟悉网络受众信息接收的习惯，对大数据处理和网络舆论的发展有敏锐的嗅觉。

5. 外围组织层面：打造全媒体新闻生产队伍

融合新闻传播渠道的建设归根到底还是人才队伍的建设，打造拥有全媒体采编本领和互联网思维的采编人才是电视媒体建设新型媒体的关键所在。在媒介融合的传媒生态下，传统的新闻生产方式产能低下、成本高昂，已不适用于新闻消费市场，而后起之秀的新媒体所掌握的大数据、云计算本领让传统媒体望其项背，建设新媒体人才梯队、突破电视媒体队伍建设的短板迫在眉睫。

以数据新闻为例，国内网络新闻媒体始终走在数据新闻实践的前沿，依靠信手拈来的大数据积累和逻辑化计算程式，从 2011 年伊始就陆续推出大数据新闻，比如搜狐新闻的《数读》、网易新闻的《数据控》，传统媒体作为后来者也以合作者的姿态推出数据新闻，比如中央电视台《晚间新闻》在 2014 年 1 月推出的“据”说系列，借助了腾讯公司的数据资料和计算，可以见得国内传统媒体在网络新闻生产方面人才的匮乏。再如中央电视台新闻开发的“中央厨房”新闻生产机制，所有人都可以通过这个系统使用 H5 模版、数据新闻、剪辑软件等全媒体内容制作工具，新闻记者不光要掌握独立制作新闻的本领，还要全面掌握新媒体制播的技能，这是生产技术的变革，更是思维方式的革新。电视新闻的融合渠道建设还要注重电视台与各网络平台之间的资源整合，利用多元化渠道宣传民生新闻节目，通过业务流程重组和资源整合实现“传统媒体从‘传播功能’到‘服务功能’的转变”。

结语

在信息泛滥的新媒体时代，电视民生新闻作为“旧媒体”，仍需坚持自身优势，严格筛选资讯资源，生产优质内容，坚持新闻专业主义，重视新闻信息本身的价值，兼顾内容的多样性与深度性，逐渐形成自身特色，打造民生新闻栏目品牌。媒

参考文献

[1] 曾欣瑜 . 媒介融合背景下电视民生新闻的发展趋势与传播策略 [D]. 硕士学位论文：云南师范大学，2014.
[2] 柳溪 . “新”媒体“新”民生——电视民生新闻的媒介融合策略 [J]. 电影评介，2013（01）.
[3] 刘延平 . 简论地方电视台媒体融合策略 [J]. 当代电视，2017（05）.
[4] 马云龙 . 自媒体时代的民生新闻传播策略分析 [J]. 改革与开放，2017（02）.
[5] 史竹君 . 媒介融合语境下的民生新闻传播策略探析——以福州电视台《新闻 110 晚报》为例 [J]. 东南传播，2015（06）.
[6] 陈念 . 媒介融合背景下电视新闻传播走向分析 [J]. 中国报业，2015（05）.

（作者单位：新疆电视台）